

Date de dépôt : 4 janvier 2021

Rapport

de la commission de l'économie chargée d'étudier la proposition de motion de M^{mes} et MM. Boris Calame, François Lefort, Patrick Dimier, Christina Meissner, Marie-Thérèse Engelberts, Thomas Wenger, Christian Frey pour un concept de modernisation des panneaux touristiques autoroutiers et la réfection de ceux-ci

Rapport de M. Pierre Eckert

Mesdames et
Messieurs les députés,

Cette motion demande une modernisation des panneaux touristiques désuets situés sur l'autoroute sur territoire genevois. Elle a été traitée par la commission de l'économie lors de deux séances, le 9 mars et le 7 décembre 2020, sous la présidence de M. Thierry Cerutti. Les procès-verbaux ont été tenus avec précision par M^{me} Camille Zen-Ruffinen que nous remercions vivement.

En résumé

En dehors des panneaux de signalisation routière, on trouve aussi le long des autoroutes des panneaux à vocation touristique, mettant en évidence des lieux d'intérêt situés dans la région. Il en existe 8 (4 dans chaque sens) sur la portion d'autoroute cheminant sur territoire genevois. Contrairement à d'autres cantons, ils sont graphiquement désuets et même factuellement faux sous certains aspects. Ils ont été rafistolés avec le temps et n'incitent plus vraiment les automobilistes de passage à s'arrêter quelque temps sur le territoire genevois.

Genève est en partie bien connue pour être la cité de la Réforme ou la Genève internationale. D'autres de ses atouts, comme le terroir et le vignoble, sont moins connus. Afin de se forger une idée, la commission a reçu les

représentants de l'office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) et de Genève Tourisme. Il se trouve que, depuis le dépôt de la proposition de motion, une bonne partie du travail conceptuel a été réalisé par Genève Tourisme. Un projet a été lancé avec la HEAD pour le graphisme et sur la base des états généraux du tourisme pour la thématique.

Le concept développé est annexé à ce rapport. Il a d'ores et déjà été transmis à l'Office fédéral des routes (OFROU) qui devrait prochainement l'implanter. Même si une bonne partie du travail a déjà été effectuée, la commission a décidé de transmettre tout de même la proposition de motion au Conseil d'Etat, car elle considère qu'il existe encore un potentiel d'amélioration sur trois points :

1. Trois panneaux sont libellés en anglais : « Welcome to Geneva », « Geneva international district » et « Geneva lakefront » contre un en français : « Le vignoble genevois ». Une partie de la commission estime que la langue française mérite également d'être promue et suggère de mettre en place une version bilingue dans laquelle le français serait placé en premier.
2. A la suite des travaux ayant lieu sur l'autoroute, il semble qu'il existe une marge de négociation pour placer un panneau supplémentaire dans chaque direction. La commission recommande d'utiliser cette marge.
3. Le point le plus important est qu'il convient de ne pas s'arrêter aux panneaux autoroutiers. Une fois que les touristes de passage ont quitté la voie rapide, il faut les amener vers les lieux d'intérêt par **une signalétique adéquate aussi sur les voies cantonales et communales**. En dehors des attractions connues comme le jet d'eau, la Vieille-Ville ou la place des Nations, on pourrait flécher des parcours vers la Maison du terroir, certains musées ou le futur Portail de la science qui va s'implanter au CERN.

Par 7 oui, 2 non et 4 abstentions, la commission vous recommande d'envoyer cette proposition de motion au Conseil d'Etat.

Dans le détail

Audition de M. Boris Calame, auteur

M. Calame explique que cela fait 10 ans qu'il se pose des questions en passant devant ces panneaux autoroutiers. Il remarque que ces panneaux mentionnent le Musée de l'automobile. Or, ce dernier a disparu il y a 20 ans. Il indique que c'est l'origine de la réflexion. Il relève un potentiel gigantesque sur l'autoroute entre le trafic de transit et celui à destination et il pense que Genève ne sait pas se vendre. Il indique qu'il y a 4 panneaux dans chaque sens qui présentent la Genève internationale, le terroir de Genève, la Genève historique (ou culturelle) et la Genève paysagère (ou touristique). Il remarque qu'il y a un côté ringard, voire complètement désuet, de ces panneaux. Il trouve surprenant que Genève en soit encore à des graphiques de ces temps-là.

Il concède que Genève est davantage une ville de congrès que touristique, mais que le passage sur l'autoroute a un impact. Il rappelle que la Confédération a changé les règles du jeu pour la graphie de ces panneaux autoroutiers. Il affirme qu'il y a une plus grande tolérance sur la mise en forme de ces panneaux. Il ne dit pas que les autres cantons ont tout bien fait, mais, en comparant, il trouve que les panneaux avec des rajouts et oublis ne sont pas sérieux. Il explique que c'est l'intention de la motion et qu'il s'agit aussi de dire que, si Genève veut une vitrine touristique, il faut se pencher sur cet aspect et avoir des supports de qualité.

Il renvoie à la page 7 de la proposition de motion et remarque le panneau tagué qui l'est depuis 10 ans et le Musée de l'automobile qui n'existe plus. Il trouve que Genève peut mieux faire. A sa connaissance, il y a eu l'été passé au sein de la HEAD un atelier sur le sujet. Il ne sait pas si l'office du tourisme ou le département se sont saisis du sujet. Il propose de les auditionner pour avoir des réponses. Il trouve intéressant que la proposition de motion reste d'actualité. Il remarque que les panneaux autoroutiers ne sont pas limités à l'autoroute, mais qu'il y a un concept global territorial qui pourrait permettre de mettre certains aspects en évidence (station de ski, paysage, château). Il relève ce qui a été fait à ce sujet dans les cantons de Vaud et d'Argovie. Il pense qu'il faudrait faire de même à Genève.

Le président demande si c'est au niveau fédéral que les panneaux sont mis à disposition, vu que l'autoroute dépend de la Confédération.

M. Calame explique que chaque canton a sa propre législation. Il remarque que le canton de Vaud (page 3 pour l'historique) avait lancé le principe de la réflexion autour de ces panneaux touristiques. Il relève une

véritable discussion entre les acteurs tant sur les autoroutes que sur les routes cantonales. Il informe que Vaud a un concept large et un concept graphique appliqué à plusieurs endroits. Il souligne que cela doit être validé par la Confédération, parce que les panneaux ne doivent pas déranger la conduite ni déroger aux règles de sécurité.

Un député (S) s'accorde sur le fait que ces panneaux sont ridicules par rapport à l'image qui est donnée de Genève. Il souhaite savoir si les cantons ont un nombre limité de panneaux. Sur les différentes thématiques (comme le vignoble de Genève), il veut savoir si M. Calame a des idées plus précises de ce à quoi les panneaux devraient faire référence.

M. Calame pense que ce n'est pas son travail de dire ce qu'il faut faire (la ville, l'économie, la Genève internationale). Il veut intégrer les milieux du tourisme pour ces supports. Il sait que la HEAD a fait cet atelier. Il a lu qu'ils avaient prévu deux fois trois panneaux. Il constate que, dans le canton de Vaud, il y a au moins un panneau par sortie et que le concept est donc plus large et pas limité à l'autoroute. Il indique que le canton de Vaud était précurseur dans la révision de ces panneaux et a mis en place une révision de leur graphisme. Il ne pense pas que ce soit aux politiques de définir ces aspects, mais aux acteurs concernés.

Le député (S) demande s'il y a une possibilité de transformer ces panneaux en panneaux lumineux.

M. Calame indique que c'est interdit au niveau fédéral et au niveau cantonal selon la loi sur les procédés de réclame pour ne pas déconcentrer l'automobiliste. Il ajoute que des écrans variables avec une temporalité limitée pourraient peut-être être envisagés.

Le député (S) remarque qu'il pourrait être intéressant que les panneaux changent l'information suivant ce qu'il se passe au moment donné.

M. Calame concède qu'il existe des panneaux à texte lumineux (manifestations, bouchons), mais que ce sont des informations statiques.

Un député (PLR) approuve l'idée et concède que les panneaux vaudois sont bien faits. Il se préoccupe de la vision selon laquelle il faut que cela s'inscrive dans une politique de promotion touristique genevoise.

M. Calame pense que c'est un vecteur de communication intéressant, car il a une longue pérennité, contrairement aux multimédias qui servent plus à l'événementiel. Il trouve que la démarche est intéressante pour le transit. Il constate que le message et le visuel ne sont pas bons. Etant graphiste de formation, il ne souhaite pas porter de jugement sur cet aspect. Il trouve cela désuet et que ça n'a plus de sens aujourd'hui. Il pense que les panneaux ont 30 ans et qu'un coup de neuf serait bénéfique. Il déclare que les acteurs

concernés doivent se réunir et agir ensemble. Il ajoute qu'il y a un nombre de grands domaines à Genève pour lesquels cela fait du sens de les rendre lisibles et visibles. Il revient sur l'image de l'horloge fleurie. Il trouve que tout est désuet sur cette image. Il pense que ça fait bourgade, cité de seconde zone et que cela ne correspond pas à ce que Genève pense et souhaite être.

Le député (PLR) remarque que les cantons d'Argovie et de Vaud sont géographiquement étendus, contrairement à Genève qui est un petit territoire, et que, pour faire de même, il faudrait une grande densité de panneaux. Il s'inquiète de la densité et veut savoir si cela ne touchera que l'autoroute ou aussi les routes communales et autres.

M. Calame souligne l'opportunité de se poser des questions et de mettre en place un concept. Il relève le projet de développement du CERN qui est un acteur gigantesque et se demande s'il faut l'identifier en tant que tel à proximité. Il souhaite que les acteurs se rassemblent et se posent les questions de savoir ce que Genève souhaite mettre en avant. Il pense que c'est une discussion à faire et qu'il faut trouver les bons messages et les bons supports. Il rappelle qu'à chaque sortie de l'Argovie un élément est mis en avant. Il concède que cela n'est pas possible à Genève, mais que les panneaux et messages actuels devraient être plus pertinents et plus convaincants.

Un député (PDC) confirme que c'est une thématique discutée dans certains milieux, notamment l'agriculture. Il remarque que cela date effectivement d'il y a 30 ans et qu'on voulait un panneau rapidement. Il concède que personne ne va s'arrêter avec un tel panneau. Il ne veut pas sous-estimer l'impact, car il y a quand même des gens qui ont du temps et cherchent à s'occuper et cela peut être une incitation à s'arrêter. Il rappelle l'idée de faire une station avec des produits du terroir qui n'a jamais vu le jour. Il pense que c'est un moyen d'incitation pour les touristes.

M. Calame pense que ces panneaux doivent donner envie, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.

En fin d'audition, la commission s'accorde pour auditionner l'OPAGE et Genève Tourisme.

Audition de M. John Schmalz, président de l'office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE)

M. Schmalz rappelle que ce sujet a déjà été amené à l'OPAGE vu le changement de loi de l'OFROU. Il rappelle le travail fait sous la conduite du DG DERI. Il annonce qu'il est prévu d'installer un panneau indiquant le vignoble genevois. Il est heureux que cet élément s'inscrive dans le panneauage autoroutier. Il indique que l'idée serait d'avoir un fléchage qui

conduirait par exemple à la Maison du terroir. Il s'inscrit dans le projet. Il affirme que le visuel des panneaux est déjà existant.

Un député (PDC), sur la 2^e invite, demande si l'OPAGE a un intérêt à la revoir.

M. Schmalz confirme que cela s'inscrit déjà dans leurs intentions, mais répond également à la loi sur la promotion agricole et la loi sur le tourisme. Ces deux lois étant concordantes sur l'intention que le touriste profite du terroir, il répond favorablement à l'intention d'installer un autre dispositif à l'intention du terroir genevois.

Audition de M. Adrien Genier, directeur général de Genève Tourisme

M. Genier rappelle avoir transmis différents documents montrant l'avancée des travaux. Il indique avoir repris la direction au 1^{er} janvier 2019. Il rappelle que la Confédération avait fait cette demande de renouveau il y a 7 ans. Il confirme avoir procédé au développement des panneaux touristiques selon la stratégie touristique et en respectant les conditions techniques. Il indique que le dossier finalisé a été validé par le CE et transmis à l'OFROU pour implantation. Il trouve bien que la motion ressorte et mette en avant l'importance de la mise à jour de ces panneaux d'accueil. Il concède qu'il faut affiner l'accueil du terroir.

M. Genier, sur la première invite, confirme que le travail a déjà été fait. Cela a pris plus d'un an pour développer le tout (avec la HEAD pour le graphisme et sur la base des états généraux du tourisme pour la thématique). Il avoue que cette invite risque d'être une perte de temps, vu que le travail a été fait. Pour la partie graphique, ce sont des éléments techniques spécifiques (attention de 3 secondes) qui limitent les possibilités.

M. Genier sur la troisième invite indique qu'une fois que la personne sort de l'autoroute, il faut l'amener dans un lieu, sinon c'est contreproductif. C'est la deuxième étape, selon lui, de travailler avec les communes pour avoir un système de signalétique hors autoroute.

Un député (PLR) trouve que la motion enfonce une porte ouverte. Il ajoute que le politique n'a pas à se mêler du travail déjà engagé. Il relève que l'effort est actuellement mené. Il se pose légitimement la question de savoir si la motion est toujours pertinente. Il demande confirmation que ce qui est demandé est en cours d'exécution.

M. Genier le confirme. Il attend la participation fédérale. Il affirme que la première étape est faite. Il est heureux que ce soit mis en avant, car cela montre que les panneaux routiers ne sont pas anodins (coûts, accueil,...). Il trouve que le résultat est abouti.

Le député (PLR) revient sur les 3 secondes d'attention. Il entend que la signalétique doit être simple.

M. Genier confirme qu'il faut un message et deux éléments visuels. Sinon le message n'est pas compris. Il souligne la dimension sécuritaire. Il remarque que le message reprend les 5 thématiques du tourisme.

Le député (PLR), dans les négociations avec l'OFROU, demande s'il y a eu une entente sur davantage d'emplacements.

M. Genier confirme que les discussions sont en cours. Ils doivent faire une visite technique. Ils ont une option pour un panneau supplémentaire.

Un député (Ve) remercie M. Genier des documents fournis. Il comprend la simplification. C'est la langue qui le dérange. Il relève que 3 panneaux sur 4 sont en anglais. Il demande pourquoi il n'y a pas d'unité. Il ne veut pas cacher la langue française. Il est favorable à la langue locale. Il trouve que c'est essentiel.

M. Genier confirme que la réflexion a été faite. Il rappelle que les personnes à qui ils s'adressent sont des étrangers. Vu que la plupart de la clientèle est étrangère, ils ont décidé de mettre de l'anglais vu que c'est la langue commune. Il souligne que le message s'adresse à des touristes. Ils sont dans une analyse technique d'implantation. Il y inclura cette discussion.

Le député (Ve) indique que la langue prioritaire est le français. Il remarque que le vignoble genevois est en français. Il veut défendre la langue nationale.

M. Genier inclura la discussion.

Un député (PDC) est heureux de voir l'avancée du projet. Il se demande s'il est possible d'avoir un message différencié suivant le sens de circulation.

M. Genier indique que les panneaux sont mis dans les deux sens. Ensuite, ce sont des limites techniques qui sont imposées. Il affirme que son intérêt est que les gens sortent de l'autoroute et visitent la destination.

Un député (PLR) remarque que la faïtière viticole suisse se nomme en anglais. Il pense que le principe, en termes de promotion, c'est de parler la langue de ceux qu'on souhaite accueillir. Il pense que l'anglais doit primer.

Le député (Ve) remarque que, s'il y a une possibilité de langue, la première doit être le français. C'est une marque de culture. Il rappelle que le français est une langue connue. Il insiste sur le fait que le français doit être prioritaire pour ces panneaux.

Vote

Le président met aux voix l'acceptation de la M 2482 et son renvoi au CE :

Oui : 7 (2 Ve, 2 PDC, 3 S)

Non : 2 (2 MCG)

Abstentions : 4 (4 PLR)

La proposition de motion est acceptée et renvoyée au CE.

Proposition de motion (2482-A)

pour un concept de modernisation des panneaux touristiques autoroutiers et la réfection de ceux-ci

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève considérant :

- le nombre de véhicules qui transitent quotidiennement, à Genève, par l'autoroute A1 ;
- le potentiel de promotion touristique que peut avoir [ou pas] un support de communication idéalement situé le long de l'autoroute ;
- le besoin bien réel de rafraîchissement et de mise à jour des panneaux touristiques existants qui ponctuent l'autoroute A1 aux entrées de Genève ;
- l'importante marge d'amélioration de l'image de Genève qui pourrait se réaliser sur ce tronçon ;
- le potentiel de promotion touristique que ces supports ont, au regard de la valorisation récente qui en a été faite ailleurs en Suisse,

invite le Conseil d'Etat

- à lancer un mandat d'étude parallèle local afin de redéfinir le contenu, l'implantation et la mise en forme des panneaux touristiques [autoroutiers] aux entrées de Genève ;
- à revoir intégralement le concept et l'implantation des panneaux touristiques bordant l'autoroute, sur le territoire genevois, et, le cas échéant, à les compléter par la pose de nouveaux panneaux, notamment sur d'autres axes routiers d'importance ;
- à travailler en étroite collaboration avec les collectivités publiques, notamment la Ville de Genève, ainsi qu'avec les milieux représentatifs et de promotion de la culture, de l'économie, du tourisme et de la Genève internationale ;
- à intégrer les milieux de communication et du tourisme locaux dans la « structure de pilotage » chargée de la définition, de l'accompagnement et de l'évaluation des projets ;

-
- à envisager une collaboration multidisciplinaire avec les HES de Genève ;
 - à assurer la conception et la réalisation de ces supports par des partenaires locaux.

Renouvellement de la signalisation touristique du canton de Genève – Autoroute A1



Version no 3, 26 août 2020.

1. Contexte général

- Une signalisation touristique autoroutière localisée sur le territoire du canton de Genève qui doit se mettre en conformité avec les Instructions fédérales 2012 qui prévoient principalement deux types de panneaux :
 - Panneau d'accueil qui indique aux usagers de la route le début d'une région d'importance touristique ;
 - Panneau d'annonce qui indique aux usagers de la route que des lieux ou régions touristiques sont accessibles via la prochaine sortie.
- La Fondation Genève Tourisme & Congrès contactée par l'Office fédéral des routes (OFROU) pour mener à bien ce projet dans le canton, en coordination avec la DG-DER¹ de l'Etat de Genève.
- Une signalisation touristique actuelle à renouveler sur la base du positionnement et de la stratégie de communication de Genève en tant que destination touristique d'importance nationale et internationale.



2. Objectifs principaux du projet

- 1. Développer un concept général de signalisation touristique à l'échelle du canton de Genève, en regard :
 - De la stratégie touristique de la Fondation Genève Tourisme & Congrès ;
 - Du réseau autoroutier existant ;
 - Des conditions-cadre fixées par l'OFROU.
- 2. Réaliser, en collaboration avec la Haute Ecole d'Art et de Design (HEAD) de Genève, le graphisme du contenu des nouveaux panneaux.
- 3. Identifier les emplacements qui accueilleront les futurs panneaux touristiques :
 - Réutilisation des emplacements actuels ;
 - Identification de nouveaux emplacements éventuels.
- 4. Supprimer les panneaux touristiques existants qui ne sont pas conformes au concept cantonal.
- 5. Constituer le dossier à envoyer à l'OFROU pour validation.
- 6. Préparer et réaliser les travaux (production et pose/dépose des panneaux touristiques).
- 7. Communiquer les résultats.

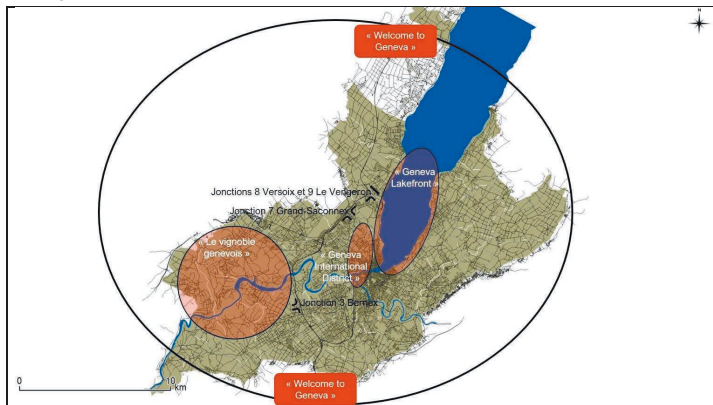
¹ Direction générale du Département du Développement économique, de la recherche et de l'innovation

3. Concept général de signalisation touristique du canton de Genève

3.1. Présentation générale

- Un concept qui prend en compte l'ensemble du territoire du canton de Genève.
- Un concept basé sur le développement :
 1. De panneaux d'accueil intitulés « Welcome to Geneva » et aménagés aux entrées Nord et Sud du canton de Genève ;
 2. De panneaux d'annonce situés à l'intérieur du canton pour signaler les trois principales régions touristiques du canton accessibles via la prochaine jonction autoroutière :
 - Principale région viticole du canton de Genève intitulée « Le vignoble genevois » et accessible depuis la jonction no 3 « Bernex » ;
 - Quartier des institutions et organisations internationales intitulé « Geneva International District » et accessible depuis la jonction no 7 « GrandSaconnex » ;
 - Région du bord du lac Léman intitulée « Geneva Lakefront » et accessible depuis les jonctions no 8 « Versoix » en provenance de Bardonnex et 9 « Le Vengeron » en provenance de Lausanne.

3.2. Synthèse



4. Concept graphique

4.1. Principes généraux

- Un contenu :
 - Qui correspond à l'offre touristique et au positionnement de la Genève ; en adéquation avec les objectifs de promotion et de marketing de la Fondation Genève Tourisme et Congrès ;
 - Qui prend en compte les règles d'ergonomie testées en laboratoire (2 secondes pour découvrir un message lorsqu'on roule à 120km/h, etc.).

- Un message qui se veut attractif et compréhensible (objectif de simplicité) par la majorité des automobilistes suisses ou étrangers, sans pour autant détourner leur attention (objectif de sécurité).
- Le cas échéant, un contenu de base complété par des informations permettant aux visiteurs d'être orientés vers les attractions touristiques correspondantes (flèche directionnelle, plaque d'information complémentaire, etc.).

4.2. Registre-texte

- Un registre-texte qui mentionne la dénomination de la région touristique concernée.
- Une dénomination qui doit tenir sur une seule ligne de texte et ne pas excéder 30 caractères, espaces entre les mots compris.
- Un registre-texte aligné à gauche, dont la première lettre se situe à 20 cm du bord, et illustré à l'aide de la police de caractère Astra Frutiger Autoroute Italique, d'une hauteur de 25 cm et de couleur blanche.

4.3. Registre-image

- Utilisation du marron comme couleur dominante (Pantone 168 C ou RAL 8002) ; une couleur réservée pour le fond du panneau.
- Un registre-image composé :
 - D'un thème principal représentant l'offre touristique prioritaire de la région touristique concernée, situé dans la partie gauche (sens de lecture gauche -> droite) et/ou au premier plan du registre-image et occupant la plus grande surface du panneau (environ $\frac{2}{3}$ du registre-image) ;
 - D'un thème secondaire représentant l'offre touristique secondaire de la région touristique concernée, situé dans la partie droite et/ou au second plan du registre-image et occupant environ $\frac{1}{3}$ du registre-image ;
 - D'un décor qui représente la topographie environnante de la région touristique signalée dans l'optique de créer une unité sur l'ensemble du canton et servir de support graphique aux thèmes du panneau.
- Un registre-image illustré de manière sobre (éviter les détails inutiles) avec :
 - Un bon contraste entre le fond marron du panneau, les thèmes ou le décor qui les porte ;
 - Une séparation suffisante des différents objets du registre-image pour éviter la confusion entre les traits principaux et ceux qui ralentiraient l'interprétation du message dans son ensemble ;
 - Une utilisation d'éléments graphiques de bonne typicalité afin d'accélérer les processus de reconnaissance des formes ;
 - Un traitement graphique à l'aide d'aplats de couleurs variées ; 7 couleurs au maximum en vue d'augmenter l'unité graphique de l'ensemble des panneaux ;
 - Un degré de détail du thème secondaire qui est réduit par rapport au thème principal.
- Des couleurs qui n'entraînent pas de confusion avec la signalisation routière ordinaire.

4.4. Composition générale

- Des panneaux touristiques qui présentent le registre-texte dans leur partie supérieure et le registre-image dans leur partie inférieure ; deux registres qui ne se mélangent pas afin d'optimiser le temps de lecture du message signalé.
- Pour les panneaux d'annonce, une composition complétée :
 - Soit par une flèche inclinée de 30° de couleur blanche située en bas à droite dans l'optique de faire le lien avec la prochaine sortie d'autoroute ;


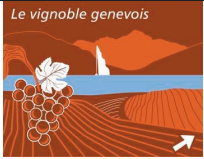

- Soit par une plaque complémentaire mentionnant la direction à suivre lors du prochain échangeur autoroutier.


4.5. Format

- Des panneaux d'accueil et d'annonce qui mesurent 350 cm de haut pour une largeur de 450 cm avec un rapport entre hauteur et largeur de 7:9 ; un rapport à respecter lorsque l'analyse de l'emplacement prévu pour le panneau nécessite le développement d'un panneau de taille plus petite.

5. Application du concept graphique

- Un concept graphique appliqué aux portes d'entrée du canton de Genève et à ses trois régions touristiques qui se décline en 4 visuels principaux :

No	Registretexte	Registreimage Thème 1	Registreimage Thème 2	Décor	Type de panneau	Visuel
1.	« Welcome to Geneva »	Jet d'eau et lac Léman	-	« Skyline » de la ville de Genève et MontBlanc	Panneau d'accueil	
2.	« Le vignoble genevois »	Grappe de raisin	Vignobles	Jet d'eau et Mont-Blanc	Panneau d'annonce (flèche oblique)	
3.	« Geneva International District »	Broken Chair et le Palais des Nations Unies	Bâtiment du CICR/MICR	Jet d'eau et Mont-Blanc	Panneau d'annonce (flèche oblique)	

4.	« Geneva Lakefront »	Horloge fleurie	Lac Léman et bateau de la CGN	Jet d'eau et Mont-Blanc	Panneau d'annonce (plaque complémenteaire)	
----	----------------------	-----------------	-------------------------------	-------------------------	--	---

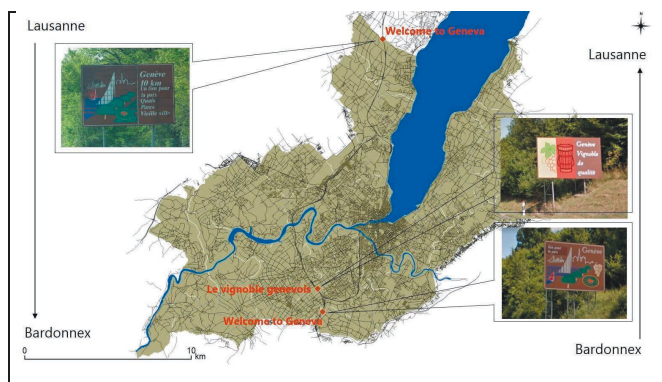
6. Emplacements

6.1. Principes de base

- Réutiliser dans la mesure du possible les emplacements actuellement occupés par des panneaux de signalisation touristique existants.
- Identifier de nouveaux emplacements, dans le respect des normes en vigueur, lorsque les emplacements des panneaux touristiques actuels ne permettent pas de mettre en œuvre le concept cantonal.
- Supprimer les panneaux existants qui ne font pas partie du concept cantonal.

6.2. Panneaux à remplacer

- Possibilité de réutiliser 3 emplacements qui font l'objet d'un panneau de signalisation touristique existant.



6.3. Nouveaux panneaux à aménager

- Identification de 3 nouveaux emplacements à aménager.

